Monaco : dans les coulisses

International Ces délégations sont un succès. Mais surtout un outil majeur et pragmatique mis à disposition des entreprises qui souhaitent conquérir des parts de marché à l'étranger

La CDE est un bel outil. Il suffit de s'en servir. » La formule est forte. Elle est signée de Vincent Lozza, directeur général (développement et services aux adhérents) de la Chambre de Développement Économique de Monaco. Et en effet… Si les activités régulières et monégasques de la CDE sont connues de tous, la portée des missions qu'elle conduit chaque année à l'étranger reste largement méconnue.

Ces missions - réservées aux membres de la CDE - sont réglées au millimètre et permettent, aux entreprises, de générer un chiffre d'affaires significatif, qui, selon certains patrons souhaitant rester discrets, « *peuvent s'estimer en millions d'euros* » en fonction de la nature de l'activité.

Quels sont les points forts de ces missions ? « *Tout d'abord, aborder un nouveau marché en délégation a plus de poids que seul.* » En outre, « *les coûts sont limités puisque l'entreprise ne paie que l'avion et l'hôtel à un prix négocié. Sur place, les invitations sont très nombreuses* ». Ensuite, la CDE cale les rendez-vous BtoB souhaités par le chef d'entreprise. La présence du Prince ou des responsables de la CDE ouvre nombre de portes. « *Nous organisons des forums, des ateliers, des tables rondes avec des responsables patronaux et des institutionnels et surtout une partie BtoB. Nous souhaitons que les entreprises soient satisfaites* », explique Vincent Lozza. Les échanges se font dans un climat convivial et la confiance s'instaure rapidement.

L'expérience de la CDE fait que les missions sont, avant tout, pragmatiques. Pas de tourisme. Le programme est chargé et la durée n'excède pas quatre ou cinq jours. Efficacité maximum. Le président de la CDE, Michel Dotta livre quelques-unes des clefs du succès.

Signature d'un partenariat entre la Chambre de développement économique, présidée par Michel Dotta et la Chambre d'économie du Monténégro, en présence S.A.S. Le Prince Albert II, en juin 2013.

Comment choisissez-vous les destinations des missions ?
Nous nous appuyons sur le calendrier princier, c'est vrai, mais aussi et de plus en plus en répondant à l'appel des autres pays. Nous sommes régulièrement sollicités par les ambassadeurs, comme par exemple le Kazakhstan où nous nous sommes rendus. Nous les avons accueillis ensuite. Nous allons avoir des relations poussées avec eux. Ce peut être aussi des pays très pushy comme le Maroc ou la République Tchèque.

Vous ne répondez pas toujours favorablement aux demandes ?
Non, seulement si on voit que notre secteur économique peut s'adapter à celui du pays concerné. Le Vietnam nous a demandé à plusieurs reprises, mais pour l'instant, nous réfléchissons. Il faut aussi que nous ayons une bonne connaissance du pays.

Trois missions par an, c'est un bon rythme ?
C'est le minimum que l'on peut faire et que l'on doit faire. L'idéal serait d'en faire deux fois plus, soit une mission tous les deux mois mais cela demande des moyens humains importants.

Ces missions sont toutes des succès. Est-il encore possible d'améliorer les choses ?
Nous pourrions faire plus de business encore. Au départ, nous sommes perçus comme une petite structure avec 450 membres… Et puis très vite, ils se rendent compte qu'il y a quelque chose d'intéressant derrière. Peut-être faudrait-il que nous retournions plus souvent dans les pays déjà visités pour renforcer les liens.

Après chaque mission, il y a un débriefing. Continuez-vous à creuser le sillon ?
Oui et non. Ce n'est pas facile car nous ne sommes que dix à la CDE et le retour peut se faire à moyen terme.

Les pays visités viennent-ils ensuite ?
Quelques-uns mais pas beaucoup. Et puis, ils ne viennent pas forcément en délégations et les chefs d'entreprise ne nous disent pas toujours lorsqu'ils reçoivent des businessmen rencontrés à l'étranger dans le cadre de nos missions. Enfin, les délégations qui visitent le sud de l'Europe ne pensent pas toujours à Monaco.

Pourtant, la notoriété de Monaco est considérable…
Oui, c'est le brand qui est connu. La marque. Et la marque Monaco est associée à l'argent. Il y a autour de Monaco un mythe très important, mais cela ne correspond pas à tout le travail qui est réalisé par Monaco.

PROPOS RECUEILLIS PAR PHILIPPE COURTOIS

Mode d'emploi des missions

1/ Déterminer une destination en fonction de l'intérêt que le pays hôte porte à la Principauté et des potentialités pour les chefs d'entreprise de Monaco.
2/ S'appuyer sur les échanges existants, sur le réseau consulaire et sur un interlocuteur qui, sur place, pourra ouvrir de nouvelles portes.
3/ Trois à six mois de préparation pour recueillir les attentes des entreprises inscrites et contacter (via le correspondant local) les bons interlocuteurs pour chacun des chefs d'entreprise.
4/ Caler les rendez-vous institutionnels.
5/ Établir un programme attrayant qui mêle convivialité et découverte mais qui laisse la plus large place aux workshops et rencontres BtoB.
6/ Boucler le budget : les entreprises qui participent payent avions et hôtels à des prix négociés par la CDE.
7/ Débriefing objectif pour tenter d'améliorer encore la prochaine mission.

Vincent Lozza, directeur général de développement et services aux adhérents de la CDE.

PARTENAIRES VIP leclub DE L'ECO GROUPE nice-matin
CDE CCI NICE CÔTE D'AZUR CCI VAR UPV Union Patronale du Var Le futur s'entreprend
nicexpo GRIMALDIFORUM MONACO afpa emoa BANQUE POPULAIRE CÔTE D'AZUR BANQUE & ASSURANCE FUNECAP SUD EST erdf
SMEG FNAIM EDHEC BUSINESS SCHOOL bpifrance GrDF AZUR TRUCKS Studyrama FNAIM
Gouvernement Princier PRINCIPAUTÉ DE MONACO upe06 EDF CAISSE D'EPARGNE CÔTE D'AZUR LA BANQUE. NOUVELLE DÉFINITION. MONTE-CARLO SOCIÉTÉ DES BAINS DE MER orange
monaco-matin Var-matin nice-matin
Pour rejoindre les partenaires du Club ECO Contactez : clubeco@nicematin.fr

des missions internationales

Les visites en présence de S.A.S. le Prince Albert II

La présence du Prince souverain change beaucoup de choses. *«Tout d'abord, c'est très valorisant pour les hommes d'affaires qui sont présents»*, assure Michel Dotta. Pour ceux du pays hôte, mais pour les Monégasques aussi car, finalement, les chefs d'entreprise rencontrent assez rarement Albert II en comité restreint et avec une telle proximité. C'est précieux. Il n'est pas rare que les chefs d'entreprise se fassent prendre en photo pour, ensuite, exposer le cliché dans leur bureau et témoigner de leur importance.

«Lorsqu'il s'agit d'une visite d'Etat tout change. Il y a des ministres... Cela attire les hommes d'affaires, même si ce ne sont pas les ministres qui font faire des affaires», souligne Michel Dotta.

Le protocole s'alourdit mais les portes des palais présidentiels ou royaux s'ouvrent... jusqu'à celles du Kremlin.

S.A.S. Albert II et S.M. le roi Willem-Alexander des Pays-Bas, à La Haye, le 3 juin 2014 en présence de la délégation de la CDE.

L'appui des forces diplomatiques

Michel Dotta, président de la Chambre de développement économique de Monaco (CDE) et le consul M. Chee-Chen Tung.

Le rôle de la diplomatie est essentiel dans la préparation des missions. Concernant celle au Gabon, *« Au départ c'est une demande du consul du Gabon à Monaco, M. Riccardo Giraudi. Ensuite, nous préparons la mission avec les chefs d'entreprise installés à Monaco et qui travaillent déjà avec le Gabon »*, explique Vincent Lozza.

Une fois sur place, là encore, les ambassadeurs et les consuls jouent un rôle majeur de « facilitateurs » et permettent de réaliser des rencontres importantes. Ainsi à Hong Kong par exemple, la présence du consul M. Chee-Chen Tung, acteur majeur dans le secteur du shipping a été essentielle pour assurer le bon déroulement de la rencontre. Les forces diplomatiques apportent leur connaissance du pays et utilisent leurs nombreux contacts. C'est un gain de temps important. Durant ce voyage, S.E.M. Catherine Fautrier, ambassadeur de Monaco en Chine avait alors organisé une rencontre entre la CDE et la Chambre économique de Shenzhen, l'une des plus importantes de Chine.

De Libreville à Astana : ni frontières ni *a priori*

Depuis toujours, la Chambre de Développement Économique (CDE) organise des missions à l'étranger. Mais depuis six ans, le rythme s'est intensifié. Aujourd'hui, la CDE en conduit trois par an. Une règle non-écrite indique trois destinations : une proche, une moyennement proche et une lointaine.

Les explorations de la CDE ne connaissent pas de frontières ni d'a priori. La CDE se déplace au gré des invitations, des opportunités et des potentialités. En dix ou quinze ans, elle a conduit plusieurs dizaines de missions.

En Europe tout d'abord, la CDE s'est rendue au Montenégro et en Pologne. Mais elle a également conduit une délégation au Liban ou en Turquie, à Astana au Kazakhstan ou en Russie.

« Presque chaque année, nous organisons une mission en Afrique que cela soit au Maghreb ou en Afrique subsaharienne», note Michel Dotta. Au mois de juin dernier, par exemple les chefs d'entreprise monégasques ont eu l'occasion de rencontrer Ali Bongo, dans son palais présidentiel, à Libreville, au Gabon. Un instant tout à fait unique qui permet de nouer des relations privilégiées. Depuis quelques années, l'Asie est systématiquement visitée par les Monégasques : Shanghai, Hong Kong, Singapour et cette année Pékin.

«Nous allons très certainement aborder un nouveau cycle consacré à l'Amérique latine, tout en entretenant les liens tissés depuis des années avec les autres régions du monde», assure Michel Dotta.

Petit pays ou grande puissance mondiale, émergeant ou déjà très développé, proche ou lointain... Rien n'est interdit si les échanges économiques et commerciaux avec Monaco sont possibles.

Le président Ali Bongo a reçu la délégation monégasque au palais présidentiel de Libreville, en juin 2014. (Photos DR)

La pertinence du B to B

Pour réaliser le programme de la mission la CDE commence par identifier *« la personne avec laquelle nous allons pouvoir travailler »*, explique Vincent Lozza. *« Cela peut être une CCI mais aussi un consulat ou une association privé. »* Puis les entreprises monégasques candidates à la participation à cette mission font part de leurs besoins.

La CDE joue alors un rôle essentiel : elle permet que chacun puisse rencontrer « la » ou « les » bonnes personnes utiles au développement du business. La CDE élabore alors un carnet de rendez-vous pour chacune des entreprises de la délégation qui peut elle-même l'étoffer à sa guise.

Puis des rendez-vous BtoB sont proposés lors de networkings cadrés, utiles, pragmatiques durant lesquels nombre d'affaires peuvent naître, avancer ou se finaliser.

Le networking est un moment essentiel dans chacune des missions.

Reste aux participants à prolonger l'échange sur place, dans un lieu plus convivial où même, plus tard, à Monaco ou lors d'une deuxième visite.

Networking au centre des congrès de Hong Kong.

Les fruits d'un cycle asiatique riche en rencontres

Martin Peronnet lors de la signature d'un accord entre Monaco Telecom et Huawei. (Photo Ph. C.)

Entre 2010 et 2015, la CDE a inscrit chaque année l'Asie au programme de ses missions. Mais de manière cohérente et pragmatique. Tout a commencé avec l'exposition universelle de Shanghai où Monaco a présenté son savoir-faire dans un pavillon nimbé d'une lumière bleue visité par plus de 6000 personnes dès le premier jour. Et puis une stratégie a été conduite pour identifier les portes d'entrées de l'immense Chine.

En 2013, une délégation s'est rendue à Hong Kong. Rencontre avec la Chambre d'industrie locale, visite de la bourse, meeting avec les autorités... Les Monégasques en ont profité pour visiter la ville usine de Shenzhen et c'est pendant cette mission que Monaco Télécoms a pu finaliser et signer un accord de partenariat avec un géant du secteur : Huawei technologies.

« Le premier accord industriel significatif entre une entreprise monégasque et une chinoise. Cela montre que Monaco Télécoms a besoin des innovations chinoises et que Huawei a besoin de Monaco, porte d'entrée de l'Europe », selon Michel Dotta.

Maison de Beijing

L'année dernière, pour compléter le dispositif, une délégation s'est rendue à Singapour. Là encore, les opportunités ont été nombreuses. La Formule 1 n'étant pas le seul point commun entre les deux États. Désormais, assez de liens ont été tissés et assez de codes ont été adoptés pour conduire une mission dans l'immense Beijing (novembre 2015).

« Oui, ce qui m'intéresse à Pékin c'est la maison de Monaco. C'est un instrument qui nous permettra de travailler. Nous avons un ambassadeur très bien placé qui, nous l'espérons, pourra nous amener ses amis comme Monsieur Tung l'a fait à Hong Kong par exemple », note Michel Dotta.